ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

Управление по Кировской области

610019, г.Киров обл., ул. К.Либкнехта, 69, тел. 64-73-31

от "21" марта 2011 г. **г. Киров**

Р Е Ш Е Н И Е

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:
Председателя Комиссии – <.....>. – руководителя управления и членов Комиссии – <.....>. – начальника отдела финансовых рынков и рекламы, <.....>. – ведущего специалиста-эксперта отдела финансовых рынков и рекламы;
в присутствии:
<.....>– представителя ИП <.....> по доверенности от 09.03.2011 года;
протокол вела <.....> – специалист 2 разряда отдела финансовых рынков и рекламы;
рассмотрев дело № 9 по признакам нарушения ИП <.....> п. 3 и 4 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г.,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило устное обращение потребителя о том, что в газете «Вести-Вятка» № 2 от 17.01.2011 г. размещена реклама, в которой сообщается об акции, проводимой с 17.01.2011 г. по 30.01.2011 г. в сети магазинов «Продуктовая лавка». В ней указано о снижении цен на различные виды продуктов. Указанная реклама сопровождается пометкой: **«Количество товара по данным ценам ограничено. Действие скидок на акцию не распространяется».**

Отдельно выделена следующая рекламная информация: **«Не опоздай. Акция с 17 по 23 января: яйцо 1 категории 1 десяток супер цена 25,00 по сравнению с 42,00 руб. и сахар 1 кг супер цена 35,00 по сравнению с 40,00 руб.».**

При посещении 20.01.2011 г. потребителем магазина «Продуктовая лавка» по, яйца 1 категории по рекламируемой цене отсутствовали, но аналогичная продукция была в магазине по другим ценам.

Антимонопольным органом была проведена проверка достоверности рекламной информации, размещенной в газете «Вести-Вятка» № 2 от 17.01.2011 г. о ценах на продовольственные товары в сети магазинов «Продуктовая лавка», в частности в магазине, расположенном по адресу: г. Киров, ул. Ленина, 64.

В результате проверки было установлено, что яйцо 1 категории, указанное в рекламе стоимостью 25 руб., в продаже отсутствовало. Фактически яйцо 1 категории реализовывалось по цене 32 руб. 20 коп. в полиэтиленовых пакетах, по цене 43 руб. в пластиковых контейнерах, по цене 45 руб. в картонной упаковке. Этот факт подтверждается фотографиями, актом проверки от 20.01.2011 года и актом фиксации цен от 20.01.2011 года, имеющимися в материалах дела.

В соответствии с п. 3 и 4 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе», недостоверной признается реклама, которая содержит несоответствующие действительности сведения об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течении определенного срока; о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Учитывая тот факт, что реклама содержит признаки нарушения п. 3 и 4 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе», ответственность за которые в соответствии с ч. 6 ст. 38 закона несет рекламодатель, возбуждено производство по делу в отношении ИП <.....>, который заключил с рекламораспространителем договор на оказание рекламных услуг.

К заседанию Комиссии, назначенному на 21.03.2011 года, документы, запрошенные определением о возбуждении дела № 9 по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, поступили в полном объеме.

На заседании Комиссии представитель ответчика по доверенности пояснила, что рекламируемый по акции товар – яйца 1 категории по цене 25 руб., отсутствовал в магазине на момент проверки антимонопольным органом в связи с тем, что был реализован в полном объеме в течении 3-х дней, т.е. до 20.01.2011 года. А так как, рекламная информация сопровождалась пометкой о том, что количество товара ограничено, в рассматриваемом случае нарушения рекламного законодательства нет.

Изучив имеющиеся материалы и выслушав всех лиц участвующих в деле, Комиссия установила, что ИП <.....> нарушил п. 3 и 4 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Выводы комиссии основаны на следующем:

Согласно ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 года №38-ФЗ «О рекламе», **рекламой** является **информация**, **распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Под объектом рекламирования понимается товар,** средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама. **Товар – это продукт деятельности** (в том числеработа**,** услуга)**,** предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот**.**

Информация, размещенная в № 2 от 17.01.2011 года газеты «Вести-Вятка», является рекламной, так как предназначена для неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования и поддержанию интереса к нему, его продвижению на рынке, по своему характеру разовым предложением не является.

Согласно ч. 1 ст. 5 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Закона).

Из текста рекламной информации, размещенной в газете «Вести-Вятка», следует, что в сети магазинов «Продуктовая лавка» в период с 17.01.2011 года по 30.01.2011 года проводилась акция по снижению цен на различные продукты питания: размещены изображения товаров с указанием наименования продукта, краткой его характеристики (вес, объем, по некоторым видам продуктов указан изготовитель), цены до и после снижения, указаны адреса магазинов.

В рамках данной акции содержалась информация о проведении специальной акции на более короткий срок – с 17 по 23 января по продаже яиц 1 категории (1 десяток) по цене 25,00 руб. и сахара (1 кг) по цене 35,00 руб. без ссылки на конкретного изготовителя данных продуктов питания. Таким образом, относительно данного товара срок акции уже был сокращен, кроме

того, дополнительно сопровождался призывом «не опоздай».

При этом в результате проверки 20.01.2011 г. достоверности рекламной информации в одном из магазинов «Продуктовая лавка», расположенном по адресу антимонопольным органом было установлено, что в магазине яйца 1 категории (1 десяток) по рекламируемой цене – 25 руб. отсутствовали, что подтверждается имеющимися в материалах дела доказательствами: фотографиями, актом проверки от 20.01.2011 г. и актом фиксации цен от 20.01.2011 г. Данный факт не отрицает и представитель ответчика по доверенности.

Фактически яйца 1 категории (1 десяток) на момент проверки в данном магазине реализовывались, но по иной, чем было заявлено в рекламе цене: 32 руб. 20 коп. в полиэтиленовых пакетах, 43 руб. в пластиковых контейнерах, по цене 45 руб. в картонной упаковке.

В соответствии с п. 3 и 4 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течении определенного срока; о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товаров.

Используемая в рекламном материале информация о том, что в любом магазине сети «Продуктовая лавка», в период проведения акции, можно приобрести товар – яйца 1 категории по рекламируемой цене – 25руб., реально не соответствует действительности.

Таким образом, в спорной рекламе, размещенной в газете «Вести-Вятка», содержится недостоверная информация о возможности приобретения в период проведения акции, яиц 1 категории по рекламируемой цене – 25 руб. в сети магазинов «Продуктовая лавка», что нарушает пункты 3 и 4 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Сам по себе срок акции, это уже временное ограничение для реализации товара по более низкой цене, поэтому Комиссия не принимает довод представителя ответчика о том, что потребитель предупрежден об ограниченном количестве товара по рекламируемым ценам.

Согласно ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных п. 3 и 4 ч. 3 ст. 5 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

В соответствии с договором на оказание рекламных услуг от 14.01.2011 г., счетом № 8 от 17.01.2011 г., актом № 13 от 17.01.2011 г. рекламодателем спорной рекламы, размещенной в газете «Вести-Вятка» является ИП <.....>.

Все вышеуказанное позволяет сделать вывод, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине ИП <.....>.

Учитывая то, что спорная реклама, размещенная в газете «Вести-Вятка», в настоящее время не распространяется, антимонопольный орган считает возможным не выдавать ИП <.....> предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

В соответствии с ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно ст. 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях индивидуальный предприниматель, несет ответственность как должностное лицо в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Комиссия считает необходимым привлечь индивидуального предпринимателя <.....> к административной ответственности.

Руководствуясь п. 3 и 4 ч. 3 ст. 5, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

Р Е Ш И Л А :

1. Признать ненадлежащей рекламу, в которой сообщается об акции, проводимой с 17.01.2011 г. по 30.01.2011 г. в сети магазинов «Продуктовая лавка» по снижению цен на различные продукты питания, отдельно выделена следующая рекламная информация: **«Не опоздай. Акция с 17 по 23 января: яйцо 1 категории 1 десяток супер цена 25,00 по сравнению с 42,00 руб. и сахар 1 кг супер цена 35,00 по сравнению с 40,00 руб.»,** размещенную в газете «Вести-Вятка» № 2 от 17.01.2011 года, так как она противоречит требованиям п. 3 и 4 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать ИП <.....> нарушившим п. 3 и 4 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

3. ИП <.....>предписание об устранении нарушения рекламного законодательства не выдавать, в связи с тем, что спорная реклама, размещенная в газете «Вести-Вятка», в настоящее время не распространяется.

4. Передать материалы дела ведущему специалисту-эксперту отдела финансовых рынков и рекламы Кировского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ, в отношении ИП <.....>.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в трехмесячный срок.

Решение изготовлено в полном объеме 04 апреля 2011 года.

Председатель Комиссии **<.....>**

Члены Комиссии **<.....>**

<.....>